КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Навчально-науковий інститут журналістики
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

«ЗАТВЕРДЖУЮ»
Заступник директора
з навчально-виховної роботи
Віталій КОРНЄЄВ

«____»_____2022 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Партисипативні моделі та SMM-технології

для студентів

галузь знань: 06 журналістика
спеціальність: 061 журналістика
освітній рівень: другий (магістерський)
освітньо-професійна програма: *правова журналістика*
вид дисципліни: обов'язкова

Форма навчання	денна
Навчальний рік	2022/2023
Семестр	2
Кількість кредитів ECTS	3
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Форма заключного контролю	залік

Пролонговано: на 20__/20__ н.р. _____(_____) «__»___ 20__р.
на 20__/20__ н.р. _____(_____) «__»___ 20__р.

КИЇВ – 2022

Розробник:

Надія БІЛАН, доктор наук із соціальних комунікацій, доцент, професор кафедри реклами та зв'язків із громадськістю

ЗАТВЕРДЖЕНО
Зав. кафедри реклами та зв'язків із громадськістю

_____ (Валерій ІВАНОВ)
Протокол № 12 від «24» червня 2022 року

Схвалено науково-методичною комісією Навчально-наукового інституту журналістики
Протокол від «29» серпня 2022 року № 1

Голова науково-методичної комісії
Навчально-наукового інституту журналістики

_____(Анастасія ВОЛОБУЄВА)
29 серпня 2022 року

1. Мета дисципліни − ознайомити студентів із трансформаціями, що відбулись у структурі медіа під впливом глобалізації; розкрити роль SMM-технологій у просуванні нових медіа; оцінити структуру сучасного інформаційного середовища; організацію діяльності у нових умовах медіа; ознайомитись із особливостями створення та поширення медіаконтенту на різних медіаплатформах із залученням на різних етапах аудиторії; дослідити специфічність застосування різноманітних каналів поширення інформації в професійній діяльності; ефективності партисипативних моделей у виробництві медіа.

2. Попередні вимоги до опанування навчальної дисципліни:

Знати:

- структуру сучасного глобального інформаційного середовища;
- принципи діяльності медій;
- типи медій;
- основні засади журналістської діяльності.

Вміти:

- обробляти та інтерпретувати інформацію та емпіричні дані;
- готувати журналістські матеріали різних жанрів;

Володіти елементарними навичками:

- користування соціальними мережами;
- роботи з пошуковими системами та різними джерелами інформації.

3. Анотація навчальної дисципліни:

Дисципліна дає студентам знання щодо етапів створення та поширення медіаконтенту в умовах глобалізаційних перетворень структури медіа, у моделях співпраці як між медіями у складі медіахолдингів так і з аудиторією; знайомить із новими технологічними можливостями нових медіа та співпраці професійних медіа та представниками громадянської журналістики у новій медіа екосистемі. Курс присвячений розгляду питань професійного та користувацького контенту; краудсорсингу в медіаіндустрії, а також роботі із SMM в соціальних мережах для просування медіа на їх майданчиках та взаємодії з аудиторією. Студенти опановують розробку комунікаційної стратегії, роботу з комунікаційними планами, визначення стейкхолдерів та каналів комунікації. Під час вивчення дисципліни студенти вчаться планувати кампанії з просування в соціальних мережах; аналізувати соціально-демографічні показники у соцмережах: Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, Telegram; вимірювати ефективність кампаній у соцмережах, працювати з аналітичними інструментами в Facebook, сервісами планування постів. Дисципліна складається з одного змістового модуля та викладається протягом другого семестру в обсязі 3 кредитів ECTS. Завершується дисципліна заліком.

4. Завдання (навчальні цілі)

Знати:

- Медіаплатформи та канали поширення медіаконтенту в мережі, партисипативні моделі і медіаіндустрії.
- Трансформації професійних практик у створенні медіаконтенту, правову культуру та культуру медіаспоживання.
- Особливості використання користувацького контенту в професійній роботі в медіасфері.
- Види краудсорсингу та принципи застосування в роботі медій, критерії оцінки їх ефективності.

Вміти

- Використовувати SMM-технології для просування медіаконтенту
- Інтегрувати партисипативні моделі в роботу медіа та оцінювати їх ефективність (у т.ч. у формі звіту).
- Працювати з аналітичними інструментами в Facebook та сервісами для планування постів; проводити аналітичні дослідження щодо соціально-демографічних та поведінкових показників у різних соцмережах.
- Планувати комунікаційну стратегію медіа (у т.ч. у команді) з урахуванням трансформацій медіавиробництва та транскордоного характеру діяльності медіа.

Комунікація

- Співпрацювати із представниками інших медій, в т.ч. іноземних, в межах реалізації партисипативних моделей та контентної конвергенції.
- Використовувати комунікаційні навички під час поширення контенту на різних медіа платформах.
- Взаємодіяти з аудиторією на всіх етапах циклу медіавиробництва

Автономність та відповідальність

- *Самостійно* приймати рішення щодо подання інформації від аудиторії, використання користувацького контенту, оцінювати етичні ризики кожної конкретної публікації.

Дисципліна спрямована на оволодіння загальними компетентностями:
ЗК-2. Здатність планувати час та управляти ним.
ЗК-3. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
ЗК-7. Здатність розробляти проєкти та управляти ними.

а також **фаховими компетентностями:**
ФК 4. Здатність проводити дослідницьку та/або інноваційну діяльність у галузі

соціальних комунікацій; використовувати в практичній діяльності правові знання для вирішення проблем, пов'язаних із пошуком, обробкою, аналізом, підготовкою та представленням інформації через канали медіа, здійснювати допублікаційну експертизу матеріалів.
ФК 5. Здатність зрозуміло і недвозначно доносити власні висновки, а також знання та пояснення, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються; аналізувати та проєктувати міжособові, групові й організаційні комунікації; здійснювати вагомий внесок в роботу команди.
ФК 8. Здатність до планування подальшого автономного та самостійного навчання у сфері дослідницької та/або інноваційної діяльності з урахуванням професійних трендів та розвитком партисипативних моделей медіавиробництва.

Дисципліна спрямована на досягнення таких результатів навчання:
ПРН-1. Аналізувати та узагальнювати результати досліджень і робити висновки про закономірності, правову та етичну основу функціонування медіапродукту в цифровому середовищі. Розуміти та аналізувати трансформації моделей медіавиробництва в умовах розвитку технологій.
ПРН-4. Використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної роботи, в тому числі для організації транскордонного медіапартнерства в реалізації спільних медійних проєктів, журналістських розслідувань, обміну даними, працювати з джерелами професійної інформації іноземною мовою .
ПРН-6. Робити висновки про результативність досліджень, оцінювати якість виконуваних робіт, у тому числі під час пітчингу медіастартапів.
ПРН-7. Планувати час на проведення досліджень чи розробку інноваційного проєкту, виконувати завдання в складі фахових груп.
ПРН-11. Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей, у тому числі знання з основ правової журналістики, партисипативних моделей та SMM, підготовки різних цифрових форматів, журналістських розслідувань; запобігати потенційним юридичним та етичним ризикам у роботі журналістів та сприяти дотриманню прав журналістів.
ПРН-13. Проводити опитування аудиторії в рамках планованого наукового дослідження, використовувати різні медійні платформи та канали масової комунікації для ефективної взаємодії з аудиторією.
ПРН-16. Писати звіт про роботу медійного колективу з викладенням пропозицій щодо поліпшення професійної діяльності, спираючись в тому числі на правове підґрунтя.

5. Результати навчання за дисципліною:

Результат навчання (1. знати; 2. вміти; 3. комунікація; 4. автономність та відповідальність)		**Форми (та/або методи і технології) викладання і навчання**	**Методи оцінювання**	**Відсоток у підсумковій оцінці з дисципліни**
Код	**Результат навчання**			

Знати				
1.1	Медіаплатформи та канали поширення медіаконтенту в мережі, партисипативні моделі і медіаіндустрії.	*Лекція-дискусія + семінар, самостійна робота*	*Виконання завдання + дискусія, модульна контрольна робота*	*5%*
1.2	Трансформації професійних практик у створенні медіаконтенту, правову культуру та культуру медіаспоживання.	*Лекція + семінар, самостійна робота*	*Виконання завдання, модульна контрольна робота*	*5 %*
1.3	Особливості використання користувацького контенту в професійній роботі в медіасфері.	*Лекція + семінар, самостійна робота*	*Виконання завдання + дискусія, модульна контрольна робота*	*5%*
1.4	Види краудсорсингу та принципи застосування в роботі медій, критерії оцінки їх ефективності.	*Гостьова лекція + семінар, самостійна робота*	*Виконання завдання + дискусія, модульна контрольна робота*	*5%*
Вміти				
2.1	Використовувати SMM-технології для просування медіаконтенту.	*Лекція + семінар, самостійна робота*	*Модульна контрольна робота*	*15%*
2.2	Інтегрувати партисипативні моделі в роботу медіа та оцінювати їх ефективність (у т.ч. у формі звіту).	*Лекція + семінар, самостійна робота*	*Виконання практичних завдань*	*10%*
2.3	Працювати з аналітичними інструментами в Facebook та сервісами для планування постів; проводити аналітичні дослідження щодо соціально-демографічних та поведінкових показників у різних соцмережах.	*Лекція + семінар, самостійна робота Майстер-клас*	*Виконання практичних завдань*	*10%*
2.4	Планувати комунікаційну стратегію медіа (у т.ч. у команді) з урахуванням трансформацій медіавиробництва та транскордонного характеру діяльності медіа.	*Лекція + семінар, командна робота, самостійна робота*	*Виконання практичних завдань, робота в команді, модульна контрольна робота*	*15%*
Комунікація				

3.1	Співпрацювати із представниками інших медій, в т.ч. іноземних, в межах реалізації партисипативних моделей та контентної конвергенції.	*Лекція + семінар, самостійна робота*	*Виконання практичних завдань*	*10%*
3.2	Використовувати комунікаційні навички під час поширення контенту на різних медіа платформах.	*Семінар, самостійна робота*	*Виконання практичних завдань*	*5%*
3.3	Взаємодіяти з аудиторією на всіх етапах циклу медіавиробництва.	*Семінар, самостійна робота*	*Виконання практичних завдань*	*10%*
Автономність та відповідальність				
4.1	*Самостійно* приймати рішення щодо подання інформації від аудиторії, використання користувацького контенту, оцінювати етичні ризики кожної конкретної публікації.	*Самостійна робота*	*Участь у дискусії*	*5 %*
	Всього			*100 %*

6. Співвідношення результатів навчання дисципліни із програмними результатами навчання

	Результати навчання дисципліни (код) **Програмні результати навчання (назва)**	**1.1**	**1.2**	**1.3**	**1.4**	**2.1**	**2.2**	**2.3**	**2.4**	**3.1**	**3.2**	**3.3**	**4.1**
ПРН1	Аналізувати та узагальнювати результати досліджень і робити висновки про закономірності, правову та етичну основу функціонування медіапродукту в цифровому середовищі. Розуміти та аналізувати трансформації моделей медіавиробництва в умовах розвитку технологій.	●	●						●				●
ПРН4	Використовувати іноземні мови у популяризації своєї дослідницької та/або інноваційної роботи, в тому числі для організації транскордонного медіапартнерства в реалізації спільних медійних проєктів, журналістських розслідувань, обміну даними, працювати з джерелами професійної інформації іноземною мовою .						●	●		●			
ПРН6	Робити висновки про результативність досліджень, оцінювати якість виконуваних робіт, у тому числі під час пітчингу медіастартапів.				●		●						●
ПРН7	Планувати час на проведення досліджень чи розробку інноваційного проєкту, виконувати завдання в складі фахових груп.						●	●	●				
ПРН11	Оцінювати проблемні питання професійної діяльності, застосовуючи знання з різних предметних галузей, у тому числі знання з основ правової журналістики, партисипативних моделей та SMM, підготовки різних цифрових форматів, журналістських розслідувань; запобігати потенційним юридичним та етичним ризикам у роботі журналістів та сприяти дотриманню прав журналістів.	●		●	●	●	●						●
ПРН13	Проводити опитування аудиторії в рамках планованого наукового дослідження, використовувати різні медійні платформи та канали масової комунікації для ефективної взаємодії з аудиторією.			●				●			●	●	

ПРН16	Писати звіт про роботу медійного колективу з викладенням пропозицій щодо поліпшення професійної діяльності, спираючись в тому числі на правове підґрунтя .	●					●			●				

7. Схема формування оцінки.
7.1. Форми оцінювання студентів:

Контроль знань здійснюється за системою ECTS, яка передбачає дворівневе оцінювання засвоєного матеріалу, зокрема: **оцінювання теоретичної підготовки** – результати навчання (**знання** 1.1, 1.2, 1.3, 1.4), що становить 20% від загальної оцінки й **оцінювання практичної підготовки** – результати навчання (**вміння** 2.1, 2.2, 2.3, 2.4), що становить 50% від загальної оцінки; комунікація (3.1, 3.2, 3.3), (**автономність та відповідальність** 4.1), що становить 30% загальної оцінки.

Семестрове оцінювання:
У межах дисципліни пропонуються такі типи завдань: виконання завдань, участь у дискусійному обговоренні тем, виконання модульної контрольної роботи.

Критерії оцінювання:
Оцінка за участь у обговоренні дискусійних питань на лекційному занятті становить **5** ***балів*** та враховує активність студента (або підготовку реферату за темою).
Навчальний семестр включає в себе 8 семінарських занять та модульну контрольну роботу. Серед форм контролю: виконання письмових завдань за темами для семінарів, що оцінюється ***до 5 балів*** та враховують креативне мислення студента**,** вміння аналізувати та систематизувати інформацію, практичні навички роботи **(*завдання до теми 3)*** оволодіння теоретичним матеріалом **(*завдання до теми 1-2*),** а також підготовка звіту – оцінюється до 10 балів (3 – аналіз ефективності моделі, 5 – проведення аналітики, 2 бали – мовна акуратність); робота із залучення аудиторії оцінюється до 15 балів (5 – інноваційність запропонованих способів залучення, 5 – оцінка потенціалу реалізації); письмове міні-дослідження оцінюється до 20 балів – (по 5 балів за повноту розкриття теми, достатню аргументацію, джерельну базу, мовну акуратність)**. Модульна контрольна робота оцінюється максимум у 25 балів** (по 5 балів за належний рівень проведеного аналізу, вірний вибір моделей, оцінка ефективності залучення аудиторії, підтвердження тез володінням теоретичним матеріалом, мовна акуратність)**.**

Завдання за період навчання		**Макс. к-сть балів**

Участь у обговоренні дискусійних тем (лекція 1, 2, 5) РН1.1, 1.3-1.4, 4.1	5 балів *(3 заняття)* *Мін. 15 балів*	5 балів = 15 балів
Завдання до тем 1-2 РН1.1-1.2, РН2.2 ● Медіаплатформи та краудсорсинг в медіа ● Концентрація холдингів	*(мін. 10 балів)* 5 балів 5 балів	*(макс. 10 балів)* 5 балів 5 балів
Завдання до теми 3-5 РН2.1-2.2,2.4, РН3.1-3.3 ● Робота в програмах аналітики ● Підготовка звіту щодо ефективності впровадження партисипативних моделей в медіа. ● Інноваційні способи залучення аудиторії	*(мін. 15 балів)* 5 балів 5 балів 5 балів	*(макс. 30 балів)* 5 балів 10 балів 15 балів
Завдання до теми 5 РН2.3 ● Письмове міні-дослідження	10 балів	20 балів
Модульна контрольна робота РН1.1-1.4, РН4.1	10 балів	25 балів
Усього	**60 балів**	**100 балів**

Самостійна робота: Під час кожного лекційного заняття викладач пропонує обсяг матеріалу для самостійного опрацювання. Оцінювання самостійної роботи студентів відбувається через виконання завдань передбачених в межах дисципліни.

Відпрацювання: У разі якщо студент вчасно не виконав завдання до семінарського заняття, він може це зробити впродовж семестру, однак оцінювання цих робіт становитиме 60% від визначених за шкалою критеріїв.
Студент з індивідуальним графіком навчання виконує обов'язкові завдання, зазначені в Гугл класі відповідно до тем занять.

Підсумкове оцінювання:
Підсумкова кількість балів з дисципліни (максимум 100 балів) визначається як сума балів за систематичну роботу протягом семестру з урахуванням модульної контрольної роботи. Залік виставляється за результатами роботи студента впродовж усього семестру і не передбачає додаткових заходів оцінювання.

Розподіл балів

	Змістовий модуль1	**Підсумкова оцінка**
Мінімум	60	60
Максимум	100	100

Умови допуску до заліку
Успішне проходження семестрового оцінювання у вигляді виконання завдань та отримання за роботи не менше 60% від максимальної оцінки.

Етичні правила щодо виконання робіт
Студенти повинні дотримуватися принципів академічної доброчесності та поваги до авторських прав відповідно до Етичного кодексу університетської спільноти КНУ імені Тараса Шевченка. (https://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/ethical-code/Ethical-code-of-the-university-community.pdf)
Під час виконання завдань необхідно обов'язково зазначати використані джерела. Роботи, які містять ознаки недобросовісного цитування (без зазначення автора та джерела інформації) та інші ознаки академічної недоброчесності оцінюються в «0» балів та мають бути відправлені повторно.

7.2 Організація оцінювання

Усі робочі матеріали та завдання, необхідні для засвоєння навчального курсу, завантажуються у Гугл-клас. Студенти мають завантажити виконані роботи у терміни, зазначені для кожного завдання. Результати оцінених робіт студент отримує на свій аккаунт, підсумкова оцінка розраховується автоматично.

Роботи протягом семестру подаються відповідно до графіку їх виконання не пізніше встановлених дат. Оцінка виконаних робіт враховує параметри дотримання графіку подання робіт, повноту виконання роботи та її відповідність заявленим критеріям, використання різних джерел, грамотність та мовну акуратність роботи.

7.3 Шкала відповідності оцінок

Зараховано / Passed	60-100
Не зараховано / Fail	0-59

8. Структура навчальної дисципліни. Тематичний план лекцій, семінарських занять і самостійної роботи

№	Назва теми	Кількість годин		
		лекції	семінари	самост. робота
Змістовий модуль 1. Партисипативні моделі та SMM–технології				
1	Партисипативні моделі та їх ефективність у медіавиробництві	2	2	8
2	Типи партнерства в медіа	2	4	14
3	Особливості SMM для медіа	2	4	14

4	Базові соціальні платформи для SMM	2	2	12
5	Залучення аудиторії через соціальні мережі *Майстер-клас*	2	4	12
Модульна контрольна робота		2		
Консультація		2		
	ВСЬОГО	10	18	60

Загальний обсяг ***90*** *год,* в тому числі:
Лекцій **– 10** *год.*
Семінари **– 18** *год.*
Консультації – ***2*** *год.*
Самостійна робота **–- *60*** *год.*

9. Рекомендовані джерела:

Основні:

1. Бергер Й. Невидимий вплив. Приховані сили, які формують поведінку. Наш формат, 2018. 240 с.
2. Сінґер П. «Війна лайків. Зброя в руках соціальних мереж» Клуб Сімейного Дозвілля, 2019. 320 с.
3. Горська К. Від конкуренції до партнерства: модний медіатренд чи ринкова необхідність? // *Держава та регіони. Серія Соціальні комунікації*. 2021. 1(45). С.80-87.
4. Комунікація і культура в глобальному світі / Є. Бистрицький, С. Пролеєв, Р. Зимовець. Вид-во Дух і Літера, 2020. 416 с.
5. Незалежні регіональні медіа в Україні: як рухатися вперед і планувати. Результати дослідження серед незалежних регіональних медіа щодо менеджменту, фінансів, створення та дистрибуції контенту. MDF. 2020.URL: http://mdfresearch2020.tilda.ws/ua.
6. Мартін Томас М. Посібник The Financial Times зі стратегії для соціальних медіа. Фабула, 2020. 304 с.

Додаткові:

7. Сташен Б. Мобільна журналістика. Київ, Центр вільної преси, 2021. 260 с.
8. Шнайдер В., Пауль-Йозеф Р. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики. Київ, Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2014. 358 с.
9. Bryant, H. “Exploring Collaborative Journalism”. Medium. 2017. URL: https://medium.com/ facet/exploring–collaborative–journalism–cbc8ef134386.
10. Horska K. Collaborarive journalism: why media unite for co-project on digital platforms // State and Regions. Series: Social Communications. 2021.2(46).
11. Stonbely S. Comparing Models of Collaborative Journalism. Montclair; New Jersey: Montclair State University, Center for Cooperative Media. 2017. URL: https://collaborativejournalism.org/ models/.